

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR
YAMAHA AEROX**

(Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Seminar Hasil Penelitian Program Studi
Manajemen



Disusun oleh:

Adam Muhammad Maulana

NIM: 20200510262

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBLEIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA AEROX

(Studi Kasus Konsumen Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan)

Disusun Oleh :

ADAM MUHAMMAD MAULANA
20200510262

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 8 Oktober 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

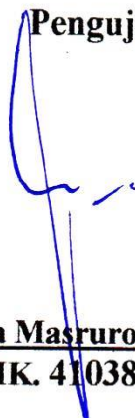
Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Penguji II,



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy
NIK. 41038091296

Penguji III,



Faishal Rahimi S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBLEIAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA AEROX
(Studi Kasus Konsumen Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Oktober 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Dede Djunardi, S.E., M.M
NIK. 41038031154



Faishal Rahimi S.E., M.M
NIK. 410110920236

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha Aerox (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan) ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, November 2024

Penulis



Adam Muhammad Maulana

20200510262

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Kemarin aku pintar, aku ingin mengubah dunia, sekarang aku bijaksana, aku ingin mengubah diriku sendiri“

“Mesin Tempur Dilarang Tumbang”

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak dan Mamah yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa untuk anaknya serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya.

ABSTRAK

Adam Muhammad Maulana. 20200510262. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada sepeda motor yamah aerox (Studi Penelitian Pada Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2024. Dibimbing oleh: Dr. Dede Djurniardi S.E.,M.M dan Faishal Rahimi S.E.,M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah ada pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan teknik menggunakan teknik sampel jenuh dengan jumlah sampel 119 responden yang merupakan pengguna sepeda motor di kabupaten kuningan. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuisisioner melalui google form dan pengumpulan menggunakan skla interval. Analisi data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan sofware SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Adam Muhammad Maulana. 20200510262. *The Influence of Product Quality, Promotion, Brand Image on Purchasing Decisions on Yamaha Aerox Motorcycles (Research Study at Cigembang Yamaha Dealer, Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. 2024. Supervised by: Dr. Dede Djurniardi S.E., M.M and Faishal Rahimi S.E., M.M*

The aim of this research is to analyze whether there is an influence of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions. This research uses descriptive and verification methods. The collection technique used a saturated sampling technique with a sample size of 119 respondents who were motorbike users in Kuningan Regency. The data collection technique used in this research was by distributing questionnaires via Google Form and collecting using an interval scale. Data analysis uses multiple linear regression analysis assisted by SPSS 23 software. The research results show that: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Product Quality, Promotion, and Brand Image together have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Image, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. dengan segala rahmat, nikmat, rezeki dan karunia-Nya. Dan tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW. beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR YAMAHA AEROX (Studi Penelitian Pada Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan) “**

Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berfikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun peneliti berharap proposal penelitian ini akan bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, November 2024

Penulis

Adam Muhammad Maulana

20200510262

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dan ketenangan hati serta fikiran dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Dari awal proses sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, penulis di berikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap proses penulisan dan mendapat banyak bimbingan, motivasi, semangat, dukungan, pengalaman, dorongan, kekuatan dan kemudahan dari pihak-pihak yang sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan ini saya mendapatkan kesempatan untuk dapat mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang sudah mengabulkan doa serta harapan penulis sehingga diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menulis skripsi.
2. Orang tua yaitu Bapak H. Nana Sujana dan Ibu Ihah Solehah yang telah memberikan segala bentuk biaya, doa dan kasih sayang kepada penulis dan senantiasa memberi semangat dalam menyelesaikan kuliah.
3. Kakak Linda Sriwati, S.E., Desi Arisandi A.md.A.ka., Selpi Suci Wulandari, S.Ag., Septi Maulanasari, S.E., Shely Apriliana, S.E., dan adik saya tercinta Jihan Khairunnisa, S.E yang selalu memberikan dukungan kepada penulis saat menjalani penulisan skripsi.
4. Dr. Dede Djuniardi S.E.,M.M, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
5. Faishal Rahimi, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
6. Dr. Rina Masruroh, SE.,M.E.Sy, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

8. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Seluruh Staff dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
11. Seluruh pimpinan Perusahaan Dealer Yamaha Arista Cigembang Kabupaten Kuningan yang telah membantu dalam mengisi kuisioner untuk menjadi bahan data dalam penelitian ini.
12. Untuk rekan-rekan BEM FEB, HMM FEB dan Ginos Sparta yang telah menyemangati saya hingga bisa menyelesaikan skripsi.
13. Untuk sahabat saya yaitu Muhammad Musyfiq Muflih dan Nuron Syahidatul Yaumin yang telah berjuang bersama dalam menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.
14. Untuk semua teman-teman kelas Manajemen 02 yang telah menerima saya untuk menjalani perkuliahan di kelas.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah membantu dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmatNya bagi kita semua. Segala kebaikan dan jasa tersebut akan selalu dikenang dan tersimpan di hati penulis. Semoga dapat menjadi ibadah dihadapannya, Aamiin.

Kuningan, November 2024

Penulis

Adam Muhammad Maulana

20200510262

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Keputusan Pembelian	10
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	11

2.2.3	Faktor-faktor Keputusan Pembelian	13
2.2.4	Dimensi dan indikator Keputusan Pembelian	14
2.3	Kualitas Produk.....	16
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk	16
2.3.2	Faktor – faktor Kualitas Produk.....	18
2.3.3	Dimensi Kualitas Produk dan Indikator Kualitas Produk	21
2.4	Promosi	24
2.4.1	Pengertian Promosi	24
2.4.2	Tujuan Promosi	25
2.4.3	Bauran Promosi.....	25
2.4.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	26
2.4.5	Dimensi dan Indikator Promosi	26
2.4.6	Strategi Bauran Promosi	29
2.5	Citra Merek	29
2.5.1	Pengertian Citra Merek	29
2.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek	30
2.5.3	Dimensi Citra Merek dan Indikator	32
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	34
2.6.1	Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.5.2	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.5.3	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.5.4	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.7	Penelitian Terdahulu.....	37
2.8	Kerangka Berfikir	44

2.9 Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Definisi Operasional Variabel	47
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4.1 Jenis Data.....	51
3.4.2 Sumber Data.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Uji Instrumen	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Teknik Uji Analisis.....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif	59
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.3 Analisis Linear Berganda	61
3.7.4 Koefisien Determinasi (R ²)	61
3.8 Uji Hipotesis	62
3.8.1 Uji F	62
3.8.2 Uji t.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	64

4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	65
4.1.3	Teknik Analisis Deskriptif.....	68
2.1.4	Uji Regresi Linier Berganda	80
4.1.5	Koefesien Determinasi.....	82
4.1.6	Pengujian Uji Hipotesis	82
4.2	Pembahasan.....	85
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.2.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.2.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Top Brand Award Tahun 2020-2023.....	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Yamaha Aerox,Nmax, dan Honda Pcx Di Dealer Arista dan Honda Prima Kab.Kuningan.....	4
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2	Rentang Nilai Skor Angket.....	59
Tabel 3.3	Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 3.4	Uji Validitas Promosi.....	62
Tabel 3.5	Uji Validitas Citra Merek.....	63
Tabel 3.6	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 3.7	Reapitulasi Hasil Variabel Penelitian Reabilitas.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.2	Karakteristik Reseponden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	77
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Promosi.....	80
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	82
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	89
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	93

Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	94
Tabel 4.14	Hasil Uji T.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Data Penjualan Motor.....	5
Gambar 2.1	Tahap Tahap Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian.....	48
Gambar 4.1	Struktur Perusahaan Yamaha Arista.....	74
Gambar 4.2	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	79
Gambar 4.3	Analisis Deskriptif Promosi.....	82
Gambar 4.4	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	85
Gambar 4.5	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	87
Gambar 4.6	Hasil Heteroskedastisitas.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Data Hasil Perhitungan Kuesioner Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS
Lampiran V	: Tabel F (taraf signifikansi 0,05) Tabel T (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Data Riwayat Hidup